

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan-temuan diatas sebagaimana penulis paparkan, maka penulis dapat menarik kesimpulan:

1. Strategi Pemasaran yang dilakukan Nibra's House Nganjuk adalah dengan melakukan segmentating, targeting dan positioning yang baik, serta Nibra's House Nganjuk juga melakukan bauran pemasaran yang terkait dengan produk, harga, promosi dan tempat. a). Produk yang ditawarkan Nibra's House Nganjuk kepada konsumen dengan memberikan kualitas produk yang bagus, baik, serta variasi model dan variasi warna yang bermacam-macam. b). Harga yang ditetapkan oleh Nibra's House Nganjuk menyesuaikan dengan kualitas barang dan standar pasar serta dengan harga yang cukup terjangkau dari semua kalangan menengah atas maupun bawah. c). Promosi, dengan memanfaatkan teknologi zaman modern sekarang melalui media sosial instagram, facebook, youtube, cetak brosur, banner serta selalu mengadakan promo-promonya yang setiap hari selalu ada, give away, gratis ongkir, diskon dan voucher belanja khusus untuk online. d). Tempat atau saluran distribusi pada Nibra's House Nganjuk lokasi yang strategis, mudah dijangkau semua masyarakat karena lokasinya yang

2. melintas jalan raya serta dekat dengan rambu lali lintas jadi memudahkan untuk dijangkau semua masyarakat setempat.
3. Strategi Pemasaran Nibra's House Nganjuk dalam Perspektif Ekonomi Syariah. Selain menerapkan strategi pemasaran konvensional, Nibra's House Nganjuk juga menerapkan strategi pemasaran secara syariah yaitu sesuai dengan karakteristik pemasaran syariah, sesuai dengan cara berbisnis nabi Muhammad SAW dan sesuai dengan prinsip-prinsip pemasaran syariah yang mengandung iman. Strategi yang dilakukan Nibra's House Nganjuk sesuai dengan karakteristik pemasaran syariah yaitu: ketuhanan (Rabbaniyah), etis (Akhlak), realistis (Al-Waqi'iyah) dan humanistik (Al-Insaniyah).
4. Kendala-kendala Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Konsumen di Nibra's House Nganjuk adalah: kendala internal yaitu: dalam hal produksi kewalahan menerima permintaan konsumen yang semakin banyak, dalam segi strategi promosi masih kurang menguasai dalam hal sosial media youtube, dan kendala eksternal yaitu minimnya atau masih kurangnya sumber tenaga kerja manusia (SDM) yang sekarang ini sangat dibutuhkan atas kinerja yang mampu bekerja keras, berkrampilan dan ketekunan dalam suatu tugas atau pekerjaan yang dihadapinya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka peneliti mencoba untuk memberikan saran yang mungkin nantinya akan dijadikan pertimbangan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Owner Nibra's House Nganjuk

Nibra's House Nganjuk dalam menerapkan strategi pemasaran sudah menerapkan dengan baik yang sesuai dengan syariat islam, tetapi selalu ada peningkatan dalam setiap pencapaian tujuan yang diinginkan. Memperluas bangunan toko agar para konsumen yang berkunjung nyaman dan leluasa dalam memilih barang yang diinginkannya. Selain itu, banyak melakukan kerjasama antara atasan dan karyawan satu dengan karyawan lainnya, dan melakukan perekrutan bagi kinerja di luar sana yang mampu bekerja keras, berketrampilan dan ketekunan. Maka hal itu nantinya akan dapat membuat startegi pemasaran yang diterapkan semakin baik dan mengalami banyak peningkatan dan mempertahankan konsumen agar tetap puas, nyaman untuk memilih barang dan membeli produk yang diinginkan di Nibra's House Nganjuk.

2. Bagi Akademik

Bagi akademik diharapkan untuk sering mengadakan kegiatan seminar terkait dengan strategi pemasaran untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan untuk mahasiswa IAIN Tulungagung khususnya untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya, hendaknya meneliti hal-hal yang lain yang sesuai dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan konsumen dengan perspektif Ekonomi Syariah dengan banyak mengembangkan hasil dari penelitian ini dengan variabel lain.